

Komunikowanie o Europie w obszarach wiejskich: Zalecenia dotyczące pracy z młodzieżą



Zalecenie 1: Dostosuj tematy i metody do grupy docelowej

Zalecenie 2: Stymuluj efekty na miejscu

Zalecenie 3: Angażuj młodych ludzi we wszystkie procesy organizacyjne

Zalecenie 4: Promuj międzynarodowość

Zalecenie 5: Nie reklamuj tylko UE

Wiele osób na obszarach wiejskich ma poczucie, że Europa jest daleko i nie ma nic wspólnego z ich życiem. Dotyczy to także młodych ludzi. Jak zatem można ich zmotywować do aktywnego korzystania z przysługujących im praw do informacji i partycypacji, a tym samym do większego zaangażowania się jako obywatele UE?

Niniejsza ulotka zawiera sugestie dotyczące **rozwoju innowacyjnych formatów i metod lokalnego zaangażowania na rzecz Europy**. W naszym rozumieniu aktywne obywatelstwo europejskie zależy od co najmniej **trzech warunków**: (1) Obywatele i obywatelki muszą **znać swoje prawa**. (2) Muszą wiedzieć, **jak z nich korzystać**. (3) Muszą być przekonani, że **mogą coś zmienić**.

Zalecenia opierają się na wynikach badań przeprowadzonych w **Centrum Badań Zaawansowanych im. Jeana Monneta** na Uniwersytecie w Lipsku.



Lorenz, A. i Anders, Lisa H. (red.) 2023: EU Citizenship Beyond Urban Centres. Perceptions and Practices of Young People in East Central European Peripheral Areas. Berlin: Springer. **(Open Access)**.



20 **dyskusji grupowych** ze 171 uczniami z 11. klasy szkół średnich i zawodowych z maturą na terenach wysoce wiejskich; standaryzowany **sondaż** przeprowadzony wśród 264 uczniów w szkołach; **Wywiady** z osobami zaangażowanymi w 6 **projektów dialogu młodzieżowego** finansowanych w ramach programu Erasmus +








jmcoe@uni-leipzig.de




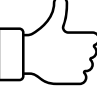



<https://home.uni-leipzig.de/jmcoe/>






Zalecenie 1: Dostosuj tematy i metody do grupy docelowej

	<p>„...więc to naprawdę projekt młodych ludzi dla innych młodych ludzi, a nie narzucony z góry.” Organizator projektu młodzieżowego w Polsce</p>
	<p>Wszyscy sponsorzy projektu dialogu młodzieżowego, z którymi rozmawialiśmy, podkreślali, że poruszane tematy i metody muszą być dostosowane do grupy docelowej. Poziom wiedzy, jaki można założyć oraz strategie, które można zastosować, aby zainteresować młodych ludzi polityką UE, różnią się w zależności od wieku grupy docelowej. Doświadczenia młodych ludzi związane z np. procesami politycznymi, odbytym wolontariatem i wiedza nt. rozwoju obszarów wiejskich są bardzo zróżnicowane. Przy bardzo zróżnicowanej grupie docelowej kierujący projektem powinni uwzględnić tak bardzo różne poziomy doświadczenia i dobrze je zintegrować.</p>
	<p>Metody i treść projektu młodzieżowego muszą być dostosowane do konkretnej grupy docelowej i jej otoczenia już od wczesnej fazy planowania. To ważny czynnik sukcesu. To, co się sprawdza, może się znacznie różnić w zależności od kraju, regionu i szkoły.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Dostosuj złożoność materiałów informacyjnych do grupy docelowej: Krótsze informacje i wydarzenia, a także włączenie elementów cyfrowych zorientowanych na gry („grywalizacja”) mogą zwiększyć motywację, szczególnie w przypadku młodszych i/lub mniej doświadczonych grup docelowych. Należy wziąć pod uwagę czas nauki i wakacji. - Opracuj metody dla mieszanych grup docelowych: Jeżeli doświadczenia i dotychczasowa wiedza grupy docelowej znacznie się różnią, należy wybrać formaty umożliwiające wymianę wiedzy i wzajemne uczenie się. Zadania lub pytania do dyskusji powinny być przygotowane na różnym poziomie trudności. Aby młodzi ludzie mogli swobodnie wyrażać swoje pomysły, konieczne jest bezpieczne i nieoceniające środowisko. W zależności od poziomu wiedzy i motywacji należy wnieść więcej lub mniej do dyskusji.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nie pozwalaj dorosłym organizować wydarzeń dla (samych) młodych ludzi: Wydarzenia są często planowane przez dorosłych dla młodych ludzi, bez angażowania ich i przenoszenia na nich wystarczającej odpowiedzialności. Może to być demotywujące. W projektach długoterminowych należy w miarę możliwości angażować młodych ludzi już we wczesnych fazach planowania projektu (patrz zalecenie nr 3). - Nie prowadź czysto teoretycznych dyskusji na abstrakcyjne tematy. Młodszym ludziom może być trudno omawiać „wielkie” kwestie UE. Lepiej poruszać tematy, które mają bezpośredni związek z życiem codziennym i wykorzystywać je do pokazania wpływu UE. Przybliża to politykę UE i staje się bardziej namacalna dla „nowicjuszy UE”. Należy także zapewniać osiągnięcie konkretnych rezultatów, które będą mogły zostać następnie wdrożone przez lokalnych decydentów (por. Rekomendacja nr 2).






Zalecenie 2: Stymuluj efekty na miejscu

	<p>„Staramy się prowadzić prawdziwy dialog z decydentami, aby oni [młodzi ludzie] wynieśli z tego pozytywne doświadczenia. Że ich głos się liczy, że naprawdę mogą coś zmienić... Że nie mamy klasycznej dyskusji panelowej z sesją pytań i odpowiedzi, gdzie uczestnicy podnoszą rękę, a polityk lub decydent po prostu odpowiada. Organizator projektu dialogu młodzieżowego w Czechach i na Słowacji</p>
	<p>Wielu młodych ludzi uważa, że ich głos nie liczy się w UE. Jednak przekonanie, że można skutecznie uczestniczyć w procesach politycznych i że warto wносить własny wkład, jest bardzo ważne dla aktywnego obywatelstwa. Projekty powinny zatem koncentrować się na kwestiach, które bezpośrednio dotyczą młodych ludzi, poruszać kwestie lokalne i używać przykładów z lokalnej polityki. W ten sposób można osiągnąć zauważalne efekty. Przyczynia się to do widoczności pracy z młodzieżą i zwiększa motywację grupy docelowej. Idealnie byłoby, gdyby takie projekty ilustrowały wpływ, jaki UE i środki unijne mogą mieć na życie na poziomie lokalnym (np. lepsze wyposażenie szkół, transport publiczny).</p>
	<p>Projekty młodzieżowe dotyczące tematów unijnych mają sens tylko wtedy, gdy mają charakter włączający i prowadzą do zauważalnych zmian. W optymalnym przypadku pokazują powiązania pomiędzy poziomem lokalnym i unijnym oraz ilustrują wpływ UE na życie codzienne.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Pracuj nad konkretnymi projektami: Wyniki powinny być mierzalne i mieć coś wspólnego z życiem młodych ludzi. Pozytywne doświadczenia z poczuciem własnego wpływu zachęcają do dalszego zaangażowania po zakończeniu projektu. - Zaangażuj osoby z polityki UE, krajowej i regionalnej: w idealnym przypadku będą oni w regularnym kontakcie z młodymi ludźmi i wyjaśnią, w jaki sposób uwzględniają ich potrzeby w swojej pracy. - Współpraca długoterminowa: ważne jest, aby partnerzy podejmowali długoterminowe zobowiązania, a nie jednorazowe wydarzenia, aby zbudować zaufanie, a także pozyskać do wymiany mniej aktywnych młodych ludzi. Pomysły polityczne opracowane w projektach młodzieżowych należy następnie wdrożyć lokalnie lub włączyć do procesów politycznych na poziomie krajowym lub UE. - Zaangażowanie: Idealnym rozwiązaniem będzie pisemna umowa pomiędzy lokalnymi sponsorami projektu a osobami ze świata polityki lub administracji, w której zapisana zostanie wola zmian i chęć uwzględnienia rezultatów projektu.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nie wytwarzaj rezultatów bez gwarancji konkretnych zmian: należy unikać samego tworzenia „produktów” bez perspektyw wdrożenia i zauważalnych zmian. Powinieneś upewnić się, że wyniki są traktowane poważnie i że obowiązki nie są przekazywane w tę i z powrotem. - Nie zastraszaj młodych ludzi wielkimi nazwiskami i technicznym żargonem: obecność znanych osób, na przykład ze świata polityki, może przyciągnąć zainteresowaną publiczność, ale może mieć na młodych ludzi zastraszający wpływ i automatycznie tworzyć hierarchie. Wymiana zdań między obiema stronami powinna odbywać się na równym poziomie i w miłej atmosferze. Należy unikać pojęć technicznych. Wydarzenia w języku danego kraju ułatwiają uczestnictwo różnym grupom społecznym.






Zalecenie 3: Angażuj młodych ludzi we wszystkie procesy organizacyjne

	<p>„Młodzi ludzie potrafią szybko oswoić się z dość odpowiedzialnymi zadaniami. Księgowością i budżetowaniem zajmowali się ludzie w wieku szesnastu, piętnastu lat. Organizują zajęcia, do których nie są przyzwyczajeni, ale bardzo szybko się uczą.” Organizatorka projektu młodzieżowego w Polsce</p>
	<p>Zwłaszcza jeśli kierownik projektu jest znacznie starszy od młodych ludzi, określenie odpowiednich tematów (wyłącznie) w drodze własnego wyszukiwania i przez to reagowanie na potrzeby młodych ludzi może być trudne. Stanowią oni heterogeniczną grupę docelową o różnych zainteresowaniach, pochodzeniu społecznym, potrzebach i wiedzy. Trendy w komunikacji i odpowiednie tematy są płynne i często się zmieniają.</p> <p>Kolejnym czynnikiem sukcesu projektów dialogu młodzieżowego jest poważne zaangażowanie grupy docelowej we wszystkich fazach i procesach projektu. Dzięki temu projekt jest projektem samych młodych ludzi, którzy zdobywają także umiejętności i wiedzę przydatną w ich przyszłym życiu zawodowym i mogą zmotywować ich do dalszego zaangażowania.</p>
	<p>Znaczące zaangażowanie grupy docelowej w trakcie całego projektu (w tym we wczesnych fazach projektu i podczas ewaluacji) jest kluczowe, aby zidentyfikować istotne tematy, reagować na potrzeby młodych ludzi i dać im możliwość dalszego rozwijania wiedzy i umiejętności pod odpowiednim nadzorem.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Zorganizuj burzę mózgow i konsultacje przed rozpoczęciem właściwego projektu: Przed rozpoczęciem projektu cele i tematy projektu powinny zostać wspólnie opracowane podczas spotkań lub warsztatów z młodymi ludźmi. - Wprowadzenie systemu „szkolenia trenerów”: Szkolić młodych ludzi w kwestiach organizacyjnych, aby mogli następnie przekazywać wiedzę swoim rówieśnikom i organizować własne projekty. Korzystaj z ogólnodostępnych, bezpłatnych źródeł cyfrowych, aby dostarczać przydatnych informacji lub oprogramowania. - Podziel się odpowiedzialnością za budżet: młodzi ludzie częściej czują się traktowani poważnie, gdy powierza się im pieniądze. Jeśli to możliwe, zapewnij im budżety na małe projekty, o których mogą decydować lub mieć wpływ na ich wykorzystanie.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nie przytłaczaj młodych ludzi: Młodzi ludzie mogą czuć się przytłoczeni wymaganiami szkolnymi i innymi obowiązkami, jeśli w projektach młodzieżowych narzucono im zbyt dużo pracy organizacyjnej. Zbyt duży wybór może ich również przytłoczyć i spowolnić proces organizacji. Wymagany jest jasny podział zadań i usystematyzowane instrukcje ze strony doświadczonych dorosłych, na przykład w formie regularnych spotkań, za pośrednictwem grup na WhatsAppie lub kursów szkoleniowych.

Zalecenie 4: Promuj międzynarodowość

	<p>„Bardziej motywuje ich to, że projekt jest międzynarodowy”.</p> <p>Organizator projektu młodzieżowego w Czechach i na Słowacji</p> <p>„Wymiana młodzieży [...] może mieć duże znaczenie [...] Powiedziałbym, że w moim mieście uczniowie nie mówią zbyt dobrze po angielsku. Ale kiedy wyślesz ich na tydzień lub dwa do jakiegoś międzynarodowego projektu, naprawdę się otworzą.” Organizator projektu młodzieżowego w Polsce</p>
	<p>Międzynarodowość może wzbogacić projekty. Rozmowy z osobami z innych krajów UE o podobnej rzeczywistości lub pochodzeniu kulturowym promują poczucie wspólnoty, solidarności i tożsamości europejskiej. W ten sposób można omawiać rozwiązania problemów strukturalnych, z którymi borykają się młodzi ludzie w życiu codziennym, oraz opracowywać rozwiązania transgraniczne. Kontakty transgraniczne zachęcają także do poszanowania innego punktu widzenia na określone tematy. Młodzi ludzie uczą się od siebie nawzajem, zdobywają umiejętności międzykulturowe i językowe. Projekty młodzieżowe dotyczące Europy powinny zatem zawierać elementy międzynarodowe, takie jak wyjazdy i wycieczki, grupy na WhatsAppie i Telegramie, dłuższe wymiany lub długoterminowa współpraca.</p>
	<p>Uwzględniając perspektywę międzynarodową, projekty młodzieżowe promują świadomość, że pewne problemy występują również gdzie indziej, dlatego też można wspólnie wypracowywać rozwiązania. Wzmacniają tożsamość europejską, umiejętności międzykulturowe i językowe.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Zacznij od małych elementów międzynarodowych, na przykład poprzez dyskusje z młodymi ludźmi w tym samym wieku z sąsiedniego kraju za pośrednictwem mediów społecznościowych. Bardziej rozbudowane wycieczki lub programy wymiany młodzieży mogą nastąpić później. - Opracuj strategię radzenia sobie z barierami językowymi: projekty międzynarodowe wiążą się z barierami językowymi i często przyciągają i tak już uprzywilejowaną grupę docelową. Pomocne mogą być tłumaczenia, intensywne kursy językowe lub proste narzędzia tłumaczeniowe, których młodzi ludzie często używają na swoich smartfonach.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nie ignoruj kontekstu lokalnego: chociaż uwzględnienie perspektywy międzynarodowej jest ważne, nie należy spychać lokalnych kwestii i kontekstów na dalszy plan. Ewentualny pobyt za granicą należy połączyć ze spotkaniami na miejscu przed i po. Umożliwiają one młodym ludziom rozmowę o swoich doświadczeniach z rówieśnikami i zastosowanie nowej wiedzy w swoim zwykłym środowisku. - Nie zapominaj, że podróże zagraniczne sprzyjają asymetrii społecznej: należy pamiętać, że nie wszyscy młodzi ludzie mogą pozwolić sobie na wyjazd, zwłaszcza jeśli nie mają dostępnego wsparcia zewnętrznego. - Nie wyjaśniaj obowiązków zbyt późno: Wycieczki i wycieczki mogą przyciągać młodych ludzi, ale chęć wzięcia udziału w sesjach i zajęciach przygotowawczych niekoniecznie jest taka sama. Potrzeba organizacji jest tu większa niż w przypadku projektów czysto lokalnych. Aby uniknąć rozczarowania, należy zatem wyjaśnić zobowiązania w odpowiednim czasie.

Zalecenie 5: Nie reklamuj tylko UE

	<p>„...nie należy być zmuszanym do czegoś przez Unię Europejską... [Przekazywanie], że ma to swoje zalety – tak, ale martwię się o to, że jestem do czegoś zmuszany.” Uczniowie 11. klasy w Sokołowie w Czechach</p>
	<p>Na obszarach wiejskich młodzi ludzie mogą być sceptyczni wobec UE, ponieważ czują się pomijani. Postrzeganie to czasami opiera się na doświadczeniach z politykami krajowymi i regionalnymi, a nie bezpośrednio z UE. Podmioty UE i dostarczane przez nich materiały informacyjne są czasami postrzegane jako „programy reklamowe” lub propaganda Brukseli. Nawet w przypadku niezależnych projektów dotyczących zagadnień UE młodzi ludzie często zakładają, że są organizowane lub zlecane przez UE. Kiedy ludzie mają wrażenie, że mają być do czegoś politycznie przekonywani, często reagują negatywnie. Każdy, kto bierze udział w projektach unijnych, organizuje wydarzenia we współpracy z decydentami UE lub otrzymuje dofinansowanie UE, może być postrzegany jako „agent UE” bez własnych pomysłów i przekazów.</p>
	<p>Wydarzenia i projekty realizowane we współpracy z instytucjami UE lub finansowane ze środków UE mogą wydawać się zwykłą „reklamą UE” oderwaną od realiów życia na miejscu. Może to prowadzić do odrzucenia.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Porozmawiajcie o problemach i słabościach UE: Przejrzystość w zakresie wyzwań i niedociągnięć unijnej polityki młodzieżowej i pracy z młodzieżą może budować wiarygodność i rozwiewać potencjalne obawy. - Zapewnij trwałą współpracę: jednorazowe wydarzenia z udziałem celebrytów, bez stałego zaangażowania i możliwości interakcji, wydają się powierzchowne. Zamiast tego należy budować długoterminowe partnerstwa. - Dostosuj komunikację do kontekstu lokalnego: Tematyka i język powinny być dostosowane do warunków kulturowych, społecznych i ekonomicznych regionu. Odnieś się do lokalnych wydarzeń, ludzi lub przykładów. Korzystaj z lokalnych gazet (zwłaszcza gazet bezpłatnych), stacji radiowych lub tablic ogłoszeniowych, aby rozpowszechniać informacje i sprawiać wrażenie przystępnych.
	<ul style="list-style-type: none"> - Nie organizuj „europejskiego programu reklamowego”: młodzi ludzie porównują rzeczywistość swojego życia z wypowiedziami. Nie należy składać żadnych oświadczeń ani używać materiałów, które mogłyby zostać odebrane jako nieszczerze, nierealistyczne lub pozbawione treści. - Nie korzystaj wyłącznie z materiałów informacyjnych UE: Jeżeli wykorzystanych zostanie zbyt wiele materiałów informacyjnych dostarczonych przez UE, projekt nie będzie już sprawiał wrażenia niezależnego, nawet jeśli będzie całkowicie niezależny. Z tego samego powodu nie zaleca się nadmiernego używania symboli UE. Korzystając z materiałów informacyjnych UE, zawsze dostosowuj je do kontekstu lokalnego. - Unikaj narracji, że UE stworzyła wiele dobrych rzeczy, które państwa członkowskie muszą teraz tylko wdrożyć. Zamiast tego rozpocznij narrację od miejscowej ludności i wysłuchaj jej.